

QUADERNS DE LA XARXA D'ECONOMIA SOCIAL DE BARCELONA (XESB)

Emprenedoria social
a Barcelona

3

Col·lecció
Arbre del Saber

Barcelon^a activa

Ajuntament de
Barcelona



ÍNDEX

▶ 1. Introducció	3
▶ 2. Concepte i dades sobre emprenedoria social	5
▶ 2.1. Perfil de les persones emprenedores socials	6
▶ 2.2. Nou model de desenvolupament territorial: El Quart Sector Social.....	7
▶ 2.3. Dades i context de l'emprenedoria social.....	9
▶ 2.4. Mesures necessàries per afavorir-la	10
▶ 3. Emprenedoria social a Barcelona	11
▶ 3.1. Les empreses socials des dels seus protagonistes	11
▶ 3.2. Valors que impulsen les empreses socials.....	13
▶ 3.3. Condicions que garanteixen la qualitat empresarial.....	14
▶ 3.4. Com augmentar la competitivitat i la cooperació pel futur	15
▶ 4. Referències bibliogràfiques	17
▶ 5. Persones participants al grup de treball	18

“L’ensenyament de la gestió emprenedora és molt important en la societat, donat que contribueix indirectament a la creació d’ocupació i riquesa; no obstant això l’emprenedoria social té l’avantatge addicional que es centra en l’impacte social directe”

Rachida Justo

1 INTRODUCCIÓ

Aquest Quadern és el tercer de la sèrie que la Xarxa d’Economia Social de Barcelona va iniciar amb la finalitat d’aportar coneixement i donar visibilitat a les actuacions que realitzen les organitzacions membre de la Xarxa, així com per donar a conèixer estratègies d’actuació que considerem fonamentals pel creixement i consolidació de l’economia social. En el primer Quadern, es va analitzar la situació actual de l’economia social a la ciutat de Barcelona, els seus riscos i les seves potencialitats, així com la necessitat de les xarxes per tirar endavant amb èxit els objectius plantejats. En el segon es va mostrar les reflexions i propostes realitzades entorn a quines són les metodologies més eficaces per a ocupar les persones en risc d’exclusió i quines són les estratègies i instruments necessaris per detectar, identificar i mostrar valor afegit, competències i habilitats d’aquestes persones que formen part de col·lectius amb difícil inserció.

La Xarxa d’Economia Social de Barcelona, es constitueix l’any 2006, com un projecte de ciutat promogut per l’Ajuntament de Barcelona en el marc de l’Acord Ciutadà per una Barcelona Inclusiva i participat amb els principals agents econòmics i socials, empreses socials, federacions i entitats del tercer sector que presten serveis d’inserció sociolaboral a les persones amb especials dificultats, a partir de l’intercanvi de coneixement, metodologia i bones pràctiques. Al 2013 la XESB compta amb prop de 100 organitzacions de les quals 13 són Federacions d’empreses socials.

La missió de la Xarxa és la de promocionar l’economia social a la ciutat, tenint com a valors fonamentals:

- >> Les **persones** com a centre de les actuacions polítiques i socials
- >> La **igualtat d'oportunitats** com a principi imprescindible per la cohesió social de la ciutat
- >> El **treball** com a factor clau per el desenvolupament personal i professional de les persones en risc d'exclusió
- >> L'**economia i emprenedoria social** com a eix estratègic de futur en el context socioeconòmic de la nostra ciutat.

En aquest tercer Quadern trobareu el valuós testimoni de tretze empresaris i empresàries socials, que aporten la seva reflexió, experiència i propostes de futur al voltant de l'emprenedoria social.

Aquest Quadern és, per tant, el fruit de l'Arbre del Saber, construït amb la col·laboració de totes les persones que creuen que l'economia social, com a alternativa de model econòmic, és imprescindible per a superar la crisi en què la nostra societat està immersa i aposten per la inclusió dels col·lectius amb risc d'exclusió social, al temps que potencien l'emprenedoria social, col·laborant en la sostenibilitat i el manteniment del estat del benestar a la nostra ciutat.

CONCEPTE I DADES SOBRE EMPRENEDORIA SOCIAL

Tot i la multiplicitat de definicions existents, s'identifiquen tres aspectes que són diferenciadors entre l'emprenedoria social i l'emprenedoria tradicional:

- >> El **predomini d'una missió social**. És a dir, els emprenedors socials persegueixen desenvolupar productes i serveis que reverteixin directament en les necessitats bàsiques humanes atès que aquestes es troben insatisfetes o no resoltes per part de les institucions econòmiques i socials vigents. Així, l'emprenedor social té com a prioritat la creació de valor social.
- >> **La importància de la innovació**, és a dir, oferir productes i serveis innovadors.
- >> El valor dels **beneficis** (encara que també persegueixen la generació d'ingressos).

En aquest sentit, **les empreses socials** són un model innovador d'empresa que fomenta la idea de **crear negocis per ajudar a resoldre algun problema social** i no per a maximitzar els beneficis. L'objectiu principal és donar resposta a les necessitats socials.

Des del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) es defineix l'emprenedoria social com "l'activitat empresarial que té per objectiu fer front als problemes de la societat" (Lepoutre, J., Just, R., Terjesen, S., Bosma, N., 2011).

Per la seva part, la Comissió Europea defineix una empresa social com "... una empresa on l'objectiu principal és tenir una incidència social, més que generar beneficis per als seus propietaris o socis. Funciona en el mercat proporcionant béns i serveis de ma-

nera empresarial i innovadora i utilitza els seus excedents principalment per a finalitats socials. Està sotmesa a una gestió responsable i transparent....”.

Així, en l'emprenedoria social es desenvolupa una aproximació a l'àmbit social des de la perspectiva dels valors de la iniciativa, el compromís i l'autonomia d'actuació característics del desenvolupament de projectes empresarials.

Les empreses creades poden ser:

- >> Empreses que prestin serveis socials o subministren béns i serveis destinats a un públic amb dificultats o risc d'exclusió
- >> Empreses on la metodologia de producció dels béns o serveis persegueix un objectiu de tipus social, però la seva activitat ha de poder incloure béns o serveis que no siguin socials.

L'emprenedoria social neix, per tant, amb la decisió d'una o varies persones emprenedores a nivell individual que, més enllà de la cerca del benefici econòmic (com qualsevol altre persona emprenedora) presenta altres motivacions com la voluntat de crear oportunitats de feina per a terceres persones. És a dir, l'emprenedoria social afegeix un nou component com és la **persecució d'objectes socials** per a la millora de la qualitat de vida personal i social.

En aquest sentit, emergeix una nova figura de persona emprenedora que es presenta com un **agent del canvi social**, doncs té la determinació o voluntat de canviar una situació mitjançant la identificació i aplicació de solucions pràctiques a problemes socials combinant innovació, captació de fons i oportunitats.

2.1. Perfil de les persones emprenedores socials

Més enllà dels valors consensuats com a propis de qualsevol persona emprenedora (iniciativa, compromís, autonomia, risc, il·lusió, confiança i determinació), la Skoll Foundation (2005) considera que una persona emprenedora social és:

- >> **Ambiciosa:** afronta problemes estructurals en un determinat entorn socioeconòmic.
- >> **Guiada per la seva missió:** genera valor social, no riquesa.
- >> **Estratègica:** manega les forces del seu entorn amb un enfocament integrador i generant compromís.
- >> **Enginyosa:** al treballar en un mitjà social, abans que empresarial, és capaç de mobilitzar recursos de tot tipus.
- >> **Orientada a resultats:** doncs és la única via de fer realitat la seva visió.

Per la seva part, des d'Ashoka s'apunta que els emprenedors socials posseeixen dos atributs: per una part, una **idea innovadora** que produeix un canvi social significatiu i, d'una altra, una **visió emprenedora** per a realitzar els seus projectes empresarials. Així, són persones que posseeixen la visió, creativitat, i motivació de les persones emprenedores però, a més, persegueixen generar un canvi social profund i durador.

Tal i com posa de manifest el *Global Entrepreneurship Monitor Report on Social Entrepreneurship 2011*, es desprenen un conjunt de **característiques de la persona emprenedora social:**

- >> Hi ha una certa prevalença de dones, més gran que en el cas de les activitats comercials i empresarials tradicionals.
- >> Les persones joves són les més propenses a crear una empresa social, especialment entre els 25 i 34 anys i entre els 35 i 44.
- >> El nivell educatiu també té una clara incidència; així, a major nivell d'estudis, més propensió per posar en marxa una empresa social.

Tal i com s’ha comentat, a diferència de l’emprenedor tradicional, l’emprenedor social es centra en la **generació de valor social**, és responsable i compromès amb les finalitats a les quals presta servei, està obert a redefinir i readaptar el seu projecte per a donar respostes a necessitats del seu entorn territorial i està disposat a compartir obertament les seves innovacions i resultats.

MODELS D'EMPREDORIA (DE PABLO, 2005)		
	EMPREDORIA TRADICIONAL	EMPREDORIA SOCIAL
VALOR ECONÒMIC	PRIORITARI	SECUNDARI I DIFÚS
VALOR SOCIAL	SECUNDARI (MIG)	RAÓ DE SER (FI)
VISIÓ DEL PROJECTE	PERSONAL	SOCIAL I ASSOCIATIVA
CONCEPTE DE CLIENT	CLAR	PRESÈNCIA D' "USUARI" I "DOBLE CLIENTELA"
ORIGEN DEL KNOW-HOW EMPRESARIAL	TERRITORI	SOCIETATS AVANÇADES
GRAU D'INNOVACIÓ EMPRESARIAL	DE LIMITAT A ELEVAT	ELEVAT

2.2. Nou model de desenvolupament territorial: El Quart Sector Social

La nova emprenedoria social s’orienta no només a la creació de riquesa i ocupació sinó també a la generació de cohesió social i s’enfoca a nous àmbits més socials com poden ser el medi ambient, la cultura, la cooperació al desenvolupament o el desenvolupament del territori. En aquest sentit, es produeix un **nexe important entre l’emprenedoria social i el desenvolupament local** perquè la iniciativa emprenedora s’aplica a desenvolupar activitats orientades a finalitats socials com:

- >> Atendre necessitats molt bàsiques per a la supervivència de determinats col·lectius (beneficiaris i destinataris de l’activitat).
- >> Assegurar la redistribució de recursos escassos entre les necessitats.
- >> Desenvolupar activitats sostenibles i respectuoses amb el medi ambient.
- >> Adaptar tecnologies a les necessitats i infraestructures locals.

Aquest nou model d’emprenedoria social també ha de comportar un nou model de desenvolupament territorial basat en la sostenibilitat, la diversificació, l’aprofitament de recursos i capacitats endògenes, la participació ciutadana, o el compromís amb els diferents agents presents al territori.

Precisament, en els darrers temps, s’ha introduït el concepte de **Quart Sector Social** en referència a aquelles organitzacions innovadores generades a partir del sector públic, el sector privat i el tercer sector. Es tracta d’afavorir models de

desenvolupament humà i sostenible a nivell local que permetin, no únicament generar ocupació, sinó també cohesió social, convivència i economia social i solidària. El model de Quart sector permet afrontar els complexos reptes socials, utilitzant pràctiques pròpies dels negocies, aplicant-les a un propòsit social. Aquest nou escenari està fent possible que les organitzacions evolucionin poc a poc per adaptar-se a les demandes de la societat. Alguns dels models de negoci privats han dedicat més recursos a promoure més beneficis socials i mediambientals, apareixent d'aquesta manera aspectes com la Responsabilitat Social Corporativa, la Sostenibilitat, el Màrqueting Social, etc... i al mateix temps algunes organitzacions públiques i/o socials s'han mogut cap a cap a l'estil d'organitzacions del sector privat, adoptant estratègies per orientar-se més al mercat i incrementar els seus ingressos, donant pas al que anomenem Empreses Socials.

Aquesta evolució ha posat de manifest, d'una banda la convergència de les organitzacions cap a un nou context organitzacional (nou sector) i per l'altre l'aparició d'organitzacions híbrides que necessiten un nou patró de negoci en el que s'integrin aspectes socials amb models de negoci més rentables. *The Emerging Fourth Sector* (The Aspen Institute, 2009).

Les organitzacions que estan apareixent al voltant d'aquest Quart Sector, tenen encara algunes característiques que no permeten identificar clarament quan una organització pertany al quart sector purament o quan és una evolució dels sectors privats o públics.

Per aquest motiu, l'Aspen institute s'ha esforçat en la seva publicació per definir el conjunt mínim d'objectius requerits per integrar els principis de sostenibili-

tat en l'estructura nuclear d'una organització del Quart Sector. Les dades que destaca com a fonamentals son:

- >> **El propòsit social:** l'organització ha de tenir un compromís nuclear cap a un propòsit social integrat en la seva estructura organitzacional
- >> **Els mètodes de negoci:** l'organització pot conduir qualsevol activitat legal de negoci que sigui consistent amb el seu propòsit social i amb la responsabilitat dels seus stakeholders.

A més d'aquests dos objectius, l'Aspen institute defineix set característiques més que estan actualment presents en varies de les organitzacions del Quart Sector i que, encara que no totes elles les compleixen completament, les haurien d'implementar en un futur: la propietat inclusiva, la governança d'stakeholders la compensació justa, els guanys raonables, la transparència, la protecció dels seus actius i la responsabilitat social i mediambiental.

El desenvolupament del Quart Sector, necessita de determinats serveis de suport i infraestructures bàsiques per a poder créixer i consolidar-se de forma eficaç. S'ha de comptar per tan, amb un ecosistema sòlid, fonamentat en els àmbits de lo públic, privat i del tercer sector social. Els elements clau a tenir presents per a crear un ecosistema que estructurí el Quart Sector i el faci fort, son: mercats financers, estructures legals i regulades, polítiques fiscals, educació i formació, resolució de conflictes, canals de màrqueting i comunicació, espais de relació i representació, investigació i coneixement, avaluacions i certificacions, mecanismes d'intercanvi, assessorament tècnic i tecnologies de l'informació.

2.3. Dades i context de l'emprenedoria social

Donada la importància d'aquesta nova economia social, la Comissió Europea va aprovar, a l'octubre de 2011, un paquet de mesures de suport a l'emprenedoria i les empreses socials apuntant com aquestes “... són un bon exemple d'un enfocament responsable a l'hora de fer negocis, jugant un paper molt important en el creixement econòmic i la creació d'ocupació” (Barroso, president de la Comissió Europea). És a dir, les empreses socials són considerades agents clau per al desenvolupament en el context actual. Segons dades de la mateixa Comissió, les empreses socials ja representen el 10% de totes les empreses europees i donen feina a 11 milions de persones (un 6% del total).

Segons l'estudi del *Global Entrepreneurship Monitor Report on Social Entrepreneurship* (2011), el percentatge de població activa dedicada a l'emprenedoria social difereix considerablement entre els països. Així, mentre la mitjana dels països de l'Europa Occidental era del 3,1% (on destaca el 6,1% a Islàndia, el 5,1% a Finlàndia, el 4,2% al Regne Unit, el 3,0% a Bèlgica; el 2,6% a França, i el 2,5% a Itàlia (en contraposició es troba el 0,9% a Espanya, la xifra més baixa de tots els països), a Europa Oriental se situava en 2,7%, inferior al 5% dels Estats Units, el 5,2% del Carib, el 3,2% d'Àfrica o el 3,1% d'Amèrica Llatina (sent Argentina el país amb una major emprenedoria social que arriba al 7,6% de la població activa). En contraposició, els països del sud-est asiàtic o del nord o mitjà est d'Àfrica són els que presenten una menor taxa d'emprenedoria social.

ZONA	PAÍS	EMPRENEDORIA SOCIAL	ZONA	PAÍS	EMPRENEDORIA SOCIAL
ESTATS UNITS CARIB	ESTATS UNITS	5,0	ÀFRICA DEL NORD I MIG EST	ARÀBIA SAUDÍ	0,2
	REPÚBLICA DOMINICANA	3,6		CISJORDÀNIA I LA FRANJA DE GAZA	0,5
	JAMAICA	6,8		MARROC	0,8
	TOTAL	5,2		JORDÀNIA	0,9
AMÈRICA LLATINA	BRASIL	0,4		SÍRIA	1,0
	GUATEMALA	0,5		LÍBAN	1,5
	ECUADOR	0,7		IRÁN	2,0
	PANAMÀ	1,7		ARGÈLIA	1,9
	URUGUAY	3,2		ISRAEL	4,0
	XILE	3,0		EMIRATS ÀRABS UNITS	6,3
	COLÒMBIA	5,0		TOTAL	1,9
	PERÚ	4,1	SUD EST ASIÀTIC	MALÀSIA	0,2
	VENEZUELA	4,4		HONG KONG	1,0
	ARGENTINA	7,6		COREA	1,4
	TOTAL	3,1		XINA	4,0
ÀFRICA	SUDÀFRICA	2,3		TOTAL	1,6
	UGANDA	4,1			
	TOTAL	3,2			
EUROPA OCCIDENTAL	ESPANYA	0,9			
	ALEMANYA	1,6			
	HOLANDA	1,5			
	ITÀLIA	2,5			
	NORUEGA	2,2			
	BÈLGICA	3,0			
	GRÈCIA	2,9			
	REGNE UNIT	4,2			
	FRANÇA	2,6			
	FINLÀNDIA	5,1			
	SUÏSSA	4,3			
	ISLÀNDIA	6,1			
	TOTAL	3,1			
EUROPA ORIENTAL	BÒSNIA I HERZEGOVINA	0,9			
	RÚSSIA	1,2			
	SÈRBIA	1,8			
	RUMANIA	2,6			
	LETÒNIA	2,8			
	ESLOVÈNIA	3,6			
	CROACIA	4,4			
	HONGRIA	3,9			
	TOTAL	2,7			

Font: Global Entrepreneurship Monitor Report on Social Entrepreneurship 2011

2.4. Mesures necessàries per afavorir-la

En els últims anys l'emprenedoria social ha crescut significativament tant en els països desenvolupats com en vies de desenvolupament pel suport i incentiu que s'ha donat tant des del sector públic i polític, com per part d'organitzacions i altres activitats.

De tota manera, l'emprenedoria social es troba amb alguns obstacles. Més enllà de la dificultat en la seva conceptualització (hem vist la diversitat de definicions entorn a ella), no compta encara amb un elevat grau de coneixement ni reconeixement per part de la població general i no té encara una important presència en els sistemes d'educació.

En particular, la iniciativa a favor de l'emprenedoria social pretén establir un entorn que afavoreixi el desenvolupament de l'economia social amb tres línies bàsiques d'actuació:

1. **Millorar l'accés a finançament**, facilitant l'accés al finançament privat i afavorint la seva participació en el pròxim període de programació dels fons europeus.
2. **Millorar la visibilitat de l'emprenedoria social** per millorar la reputació del sector mitjançant el desenvolupament d'instruments per conèixer millor el sector i fer més visible l'emprenedoria social i reforçar les capacitats de gestió, la professionalització i la integració en xarxes dels emprenedors socials.

3. **Millorar l'entorn jurídic** mitjançant el desenvolupament de formes jurídiques que puguin ser utilitzades per l'emprenedoria social i, d'altra banda, facilitant un major accés a la contractació pública i als ajuts estatals.

EMPRENEDORIA SOCIAL A BARCELONA

En aquest Quadern trobareu les veus de persones emprenedores socials que, des de la seva expertesa, han narrat en primera persona les seves vivències al capdavant d'una empresa social, han aportat les seves reflexions envers el sector i han donat el seu valuós testimoni explicant què els encoratja, què els preocupa, i quines oportunitats i reptes veuen en l'àmbit de l'empresariat social. A continuació trobarem les seves opinions expressades en el grup de treball.

3.1. Les empreses socials des dels seus protagonistes

Una empresa social és aquella que innova socialment, duu a terme una gestió democràtica i transparent i en els seus objectius predomina una missió social.

- >> El model d'empresa social implica tota una sèrie de valors al darrere amb l'esperit col·lectiu de compartir, i la creença de que un altre economia de mercat és possible, una economia que ens permeti ser més sostenibles, crear llocs de treball més estables, un repartiment dels beneficis i de la riquesa més justa entre tot el personal que hi treballa i que permeti mantenir l'Estat del Benestar.
- >> L'emprenedoria social té dos components: l'empresa i les persones. Cal aconseguir la viabilitat econòmica però també considerar la part humana de l'empresa i la societat en general.
- >> Si haguéssim de definir una empresa social, podríem dir que és una fàbrica d'oportunitats; el que hem de fer és fabricar oportunitats per a persones que, o bé no han tingut mai una oportunitat o la pròpia societat

els hi posa molt difícil per a poder accedir a una segona o tercera oportunitat, i que en tenen tot el dret.

- >> En una empresa social també es treballa per aconseguir resultats, però tenint molt en compte dues vessants: ser competitiu i oferir el mateix servei de qualitat que qualsevol empresa mercantil, i fer un treball intern important que és el d'aconseguir el benestar del seu personal. Cap de les dues pot estar desvinculada de l'altra: no serem més eficients si aconseguim més beneficis, però el personal no està ben atès, o si per prestar especial atenció al personal, no tenim prou capacitat econòmica per dur a terme un projecte empresarial amb futur.
- >> L'empresa social neix amb mentalitat empresarial però sense ànim de lucre.
- >> Les empreses socials han de tenir viabilitat econòmica. Tothom parla d'emprenedoria social i sembla que ens faci por dir que som empresaris. Si no és així no podríem dir que som emprenedors perquè fracassaria la nostra empresa. Hem de ser empresaris però amb la diferència que, nosaltres, hi posem un valor afegit: unes inquietuds socials, mediambientals, parlem de localització, territorialitat, de tots els temes socials que ens preocupen.
- >> No hem d'oblidar que som empreses, i tot i que estem al mig del camp social, som dins d'un mercat en el que hi ha competència amb les empreses ordinàries. L'objectiu principal és crear llocs de treball, donar eines a les persones treballadores mitjançant l'acompanyament i sobretot que les persones vulnerables passin a ser productives dins la societat i redueixin el ser receptores i perceptores d'ajuts socials.

- >> Les Empreses Socials són empreses d'utilitat social. L'Empresa Social també obté beneficis però es reverteixen. El com es reverteixen aquests beneficis a la societat és un eix diferenciador. També hi ha empreses que són responsables socialment, però això no definiria l'empresa social.
- >> A l'hora de definir l'Emprenedoria Social s'ha de tenir en compte que s'està revertint el nostre treball en un col·lectiu de persones vulnerables, amb unes necessitats específiques, que necessiten un acompanyament més gran i dia a dia. Hem de crear llocs de treball per a aquests col·lectius i donar-los noves oportunitats. Estem obrint un mercat a unes persones que si no, no tindrien aquestes facilitats, ni oportunitats de ser-hi.
- >> Les Empreses Socials són la clau per a la inserció laboral de les persones que es troben en situació de major vulnerabilitat social i per impulsar la inserció laboral com a una eina per al desenvolupament personal i col·lectiu.
- >> L'Emprenedoria Social seria una forma empresarial que desenvolupa unes sèrie d'activitats com una empresa ordinària, però que incideix en problemes o mancances que hi ha a la societat. No té un estil purament mercantil, sinó que procura promoure serveis per crear ocupació respecte a temes socials.
- >> La qüestió no és quina forma jurídica tingui una empresa, sinó què es fa amb els beneficis, quin impacte té en la societat.
- >> El camp de l'economia social sempre ha existit, però hi ha moments en que la situació econòmica i de globalització ens ha tornat a portar a valorar aquests temes de participació, de posar la persona en el centre

abans que el capital, de veure aspectes sostenibles no a curt termini i tot aquest empobriment de valors com d'aspectes més materials. L'Emprenedoria Social intenta posar una sèrie de paràmetres i valors que s'han de seguir perquè tinguem més sostenibilitat, igualtat d'oportunitats, un món més just. Per a l'economia social el primer és la persona, és el centre de l'interès.

- >> Les Empreses Socials han de ser empreses de qualitat, donant la qualitat que espera el mercat ordinari.
- >> Un bon empresari social és aquell que fa sostenible el seu projecte, que s'avança als canvis per a què aquell projecte no fracassi i que sempre estigui vigent, per poder donar aquesta resposta de sostenibilitat a les persones que s'acullen en aquell projecte.

3.2. Valors que impulsen les empreses socials

- >> Les Empreses Socials tenen valors. Hi ha un impacte social, un acompanyament a les persones i a les entitats que lluiten per una societat més equitativa. Aquests valors després es reverteixen en la societat.
- >> Som empreses que ens movem més per les alegries i les il·lusions que no pas per les pors i les incerteses. Ens motiva més la il·lusió d'impulsar un nou projecte que ens permeti crear més oportunitats per els nostres col·lectius, que no pas la por al fracàs.

- >> La part emocional del dia a dia és molt enriquidora. El fet de poder acollir una persona en el seu primer dia de feina, una persona amb una discapacitat o un trastorn de salut mental, amb les seves pors i inseguretats i, que al cap de dos o tres anys d'estar a l'empresa, aquella persona camina amb peu fort, el cap torna a estar aixecat, té un somriure, un nou projecte vital i que es guanya el respecte de tothom, representa un valor incalculable.
- >> Aquest és un sector passional, és un sector amb vocació. Si t'hi dediques és perquè hi ha un component estructural en el que hi creus; hi creus pels valors i des d'un punt de vista emocional es viu amb molta intensitat.
- >> La nostre feina ens dona la satisfacció de poder fer un acompanyament a les persones o als equips o grups que lluitem tots per una mateixa societat molt més justa i equitativa
- >> En una empresa social participes i pots decidir. Pots decidir, fins i tot, abaixar-te el sou abans que no es puguin pagar les nòmines. Poder prendre una decisió així t'omple d'orgull, no té preu. Estar en una empresa social representa també un aprenentatge de democràcia, no pot ser que la democràcia acabi en el món econòmic.
- >> El que és important de l'economia social, no són només els resultats tangibles, sobre tot en empreses que treballem per a la inserció dels col·lectius més vulnerables. Un contracte de treball per a aquestes persones és el resultat més palpable, però durant tot el procés són molt importants els valors que estem donant a les persones amb les que treballem, i que després reverteixen en la societat. És important el suport emocional que donem, i també altres aspectes que no són tan mesurables, tan clars ni tan evidents.

- >> Ens impliquem molt emocionalment. Encara que siguem professionals, hi ha una part emocional que s'implica molt, a diferència d'altres feines i de vegades costa separar la vessant emocional de la professional, perquè treballes amb persones que estan en una situació complicada i per tant t'impliques.

3.3. Condicions que garanteixen la qualitat empresarial

- >> La part vocacional de les persones emprenedores socials també cal saber-la racionalitzar, perquè al final estem portant una empresa i estem fent servei a empreses, per tan, hem de fer estudis de mercat, portar una gestió, comptar amb uns marges, valorar la rendibilitat. Aquest és un repte important, poder créixer com empreses.
- >> Nosaltres treballem amb col·lectius vulnerables amb risc d'exclusió social, part del personal contractat tenen aquest tipus de perfil. Però un cop ens llencem al mercat a vendre els nostres productes o serveis, hem de donar la qualitat que s'espera. Que el nostre personal tingui unes característiques determinades, no ha de tenir cap incidència en la qualitat i l'eficiència com a empreses.
- >> Molta gent vindrà a treballar en aquest sector, gent amb coneixement i amb capacitats, gent que provenen de l'emprenedoria lucrativa passarà a treballar en el sector de l'emprenedoria social, perquè la satisfacció que dóna el fet d'aconseguir aquest impacte social, que en el nostre cas té a veure amb persones, amb nom i cognoms i història, aquesta gratificació

no la dóna un altre tipus d'empresa o activitat. Un altre tipus d'empresa pot oferir salaris més alts, però nosaltres hem incorporat a persones que venen del sector lucratiu perquè el salari arriba un moment en que no és suficient. I en canvi la part de satisfacció o impacte emocional positiu és el que t'ofereix el nostre sector.

- >> És molt satisfactori el repte de la millora contínua i poder aprendre dia a dia, què és el que implica ser emprenedor social.
- >> Tenim diversos reptes. En primer lloc saber diversificar-nos en l'àmbit productiu, saber establir aliances amb les empreses mercantils i amb l'administració, perquè es vegi clarament, que les empreses socials són empreses amb utilitat social, sobre tot a Barcelona, una ciutat plena de complicitats, i que se'ns discrimini positivament,
- >> El primer repte que tenim és la visibilitat, una bona part de la societat desconeix el que estem fent les empreses socials. Aquest coneixement facilitaria el creixement i l'efectivitat de les empreses socials. També seria necessari que les empreses guanyéssim massa crítica, que guanyessin professionalització, però sobre tot en el sentit de poder utilitzar millor els recursos, cada vegada més escassos, tan materials com econòmics. I la complicitat de l'administració, i no estem parlant de subvencions, sinó de la sensibilitat de les administracions, tot i que algunes ja estan mostrant aquesta sensibilitat en les contractacions i donen suport no només econòmicament.
- >> El sector necessita de més cooperació entre les pròpies empreses, de més enfortiment, perquè l'impacte que volem aconseguir sigui més gran.

- >> Hem de saber captar bé d'on vindran els nous filons de mercat i d'ocupació per poder crear productes i serveis d'èxit, aquest és un primer repte, com han fet altres empreses socials al llarg de la seva història. Hem de ser capaços de crear un producte o un bé que doni prestigi al sector i que entengui la gent que a més s'està transformant una situació. Ens interessa arribar a tothom, tenir més implantació territorial, i això passa, entre d'altres coses, per l'aliança entre les empreses socials.
- >> Ens proposem com a repte, la recerca de nous mercats que siguin sostenibles, és a dir, mercats que siguin transversals. També és molt important l'innovació social. El nostre valor afegit és que en l'emprenedoria social hi ha una innovació incorporada.
- >> El fet de tenir una empresa social ja de per sí és un repte, el dia a dia et repta a tirar endavant i tal com està ara la situació, és un repte crear una via de futur, que sigui més sostenible i que es mantingui i perduri
- >> El repte més important és generar oportunitats i activitat i sobre tot afavorir a totes les persones més vulnerables, poder oferir una qualitat de vida a través de donar oportunitats i ajudar-los a créixer com a persones.
- >> En un moment actual de crisi com el que ens trobem, amb uns índex d'atur tan elevats, no són suficients els programes que estem desenvolupant actualment amb els mateixos procediments, sinó que és necessari ser innovadors per tal d'adaptar-nos al mercat. Hem de cooperar i col·laborar més entre les pròpies empreses socials i amb les empreses mercantils. Hem de treballar en xarxa per ser més eficients.

- >> El nostre gran repte és sensibilitzar a la societat en general de la tasca que estem realitzant.
- >> S'ha de promoure l'emprenedoria social, fer visible aquesta vessant de voler impulsar canvis a nivell social, posar en valor models més democràtics de gestió i la diversitat que hi ha en el món de l'economia social.

3.4. Com augmentar la competitivitat i la cooperació pel futur

- >> Quan treballes en l'àmbit dels valors, i aquests valors rentablement tenen una translació a la realitat econòmica i social, això va creant escola entre nosaltres i nosaltres som molt conscients de que hem de crear escola.
- >> Un objectiu de futur és el d'implicar, transmetre i generar valors. Hem de comptar amb tots els sectors i agents socials.
- >> S'han de millorar els marcs legislatius, especialment el cooperatiu. Cal un enfortiment empresarial de l'emprenedoria social ja que en el moment actual la competència és ferotge i empresarialment hem de tendir a l'excel·lència, aquí tenim molt camp per recórrer i hem de demanar als poders públics aquesta responsabilitat a l'hora de transmetre i practicar uns valors socials. Entenem que l'empresa social està per transformar la societat i hem de demanar una corresponsabilitat, repartir els recursos més que mai, ja que son escassos, i no només els econòmics.
- >> Cal treballar des de la vessant local per afavorir la presa de consciència de la ciutadania per poder realitzar aquests canvis que la societat necessita,

en valors, tan a nivell social com mediambiental, i després treballar la globalitat amb territorialitat.

- >> Cal visibilitzar més què és el que fem, com ho fem i quin és el retorn a la societat. Desgraciadament no hi ha estudis que diguin com l'Emprenedoria Social impacta en la societat, quins valors estem desenvolupant quan ajudem a la gent, quan generem llocs de treball, quan generem reinversió, en fi, on estaria aquesta gent si no estiguessin amb nosaltres. Aquest retorn que fem a la societat no es visualitza.
- >> Cal que les empreses adoptin el compromís de realitzar un balanç social, el que permetria mesurar les aportacions socials de l'organització i detectar els elements a consolidar i a millorar.
- >> Les noves generacions, que volen fer coses diferents, faran les empreses socials molt més participatives per tal de promoure una societat més solidària, més inclusiva i més compromesa.
- >> S'ha de animar a totes les persones que tenen una idea empresarial, a fer possible la incorporació a l'empresa dels valors socials.

4

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- >> Barcelona Activa., L'emprenedoria social a Barcelona, 2013
- >> Comisión Europea, Comunicación de la Comisión al parlamento Europeo, al Consejo, al Comité económico y Social europeo y al Comité de las Regiones, 2011
- >> De Pablo López, I., El emprendizaje social: motor de desarrollo y cohesión social, 2005
- >> Global Entrepreneurship Monitor Report on Social Entrepreneurship 2011
- >> Skoll Foundation. Emprendedurismo e Innovación Social, 2005
- >> The Aspen Institute. The Emerging Fourth Sector, 2009

PERSONES PARTICIPANTS AL GRUP DE TREBALL

- >> **Albert Alberich**
Director Fundació Formació i Treball.
- >> **Anna Cohi**
Directora Fundació Privada DAU.
- >> **Enric Arqués**
President Fòrum Salut Mental.
- >> **Hermínia Gil**
Coordinadora Xarxa d'Economia Social de Barcelona (XESB).
Barcelona Activa – Ajuntament de Barcelona.
- >> **Ignasi Parodi**
Director Fundació TriniJove.
- >> **Jordi Gusi**
Co-Fundador consultora Tàndem Social SCCL.
- >> **Jorge León**
Gerent del Centre Especial de treball Can CET.
- >> **Julio Castillo**
Gerent Centre Especial de treball Apunts.
- >> **Ma. José Carreras**
Tècnica de Foment del treball col·lectiu. Empresa d'Inserció.
- >> **Mireia Derch**
Sòcia Aprise EI, Empresa d'Inserció.

>> **Mireia Martin**

Responsable Programes Socials Fundació Claperós.

>> **Nuria Isanda**

Consultora Cooperativa Creant.

>> **Pepa Muñoz**

Directora de Comunicació i promoció Grup Cooperatiu TEB.

>> **Pilar Vilés**

Sòcia Impulsem Cooperativa i Cooperativa Noray. Empresa d'inserció.

Àrea de Qualitat de Vida, Igualtat i Esports

**Institut Municipal
de Persones amb Discapacitat**

Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació

Barcelona Activa

Informació i contacte:

C/ Perú, 52

08018 Barcelona

+34 933 209 570

bcn.cat/xesb

En el marc de:

Acord Ciutadà
per una **Barcelona Inclusiva**

**bcn.cat/
xesb**